

BAB 5

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan keseluruhan pembahasan, kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase decision* pada pelanggan Maxx Coffee Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa *Lifestyle* meningkat maka keputusan pembelian pun akan semakin meningkat. Dengan demikian, hipotesis pertama pada penelitian ini “*Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase decision*”, diterima.
2. *Price fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase decision* pada pelanggan Maxx Coffee Surabaya. Dapat disimpulkan jika *Price fairness* berperan penting dalam *Purchase decision*. Dengan demikian, hipotesis kedua pada penelitian ini “*Price fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase decision*”, diterima.
3. *Purchase decision* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer loyalty* pada pelanggan Maxx Coffee Surabaya. Dapat disimpulkan jika *purchase decision* berperan penting dalam *Customer loyalty*. Dengan demikian hipotesis ketiga pada penelitian ini “*purchase decision* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer loyalty*”, diterima.
4. *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer loyalty* melalui *purchase decision*. Dapat disimpulkan jika gaya hidup berperan penting pada *Customer loyalty*. Dengan demikian hipotesis keempat pada penelitian ini “*Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer loyalty* melalui *purchase decision*”, diterima.
5. *Price fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer loyalty* melalui *purchase decision*. Dapat disimpulkan jika harga yang wajar berperan penting pada *Customer loyalty*. Dengan demikian hipotesis kelima

pada penelitian ini “*Price fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer loyalty* melalui *purchase decision*”, diterima.

5.2 Keterbatasan

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memiliki keterbatasan yang mempengaruhi hasil dan kondisi penelitian. Keterbatasan tersebut adalah:

1. Faktor yang mempengaruhi keputusan serta loyalitas pelanggan hanya dilihat dari *Lifestyle* dan *price fairness*. Sedangkan masih banyak faktor yang dapat mengukur kepuasan serta loyalitas pelanggan.
2. Penilaian mengenai Maxx Coffee ini hanya dilakukan di wilayah Surabaya, tepatnya hanya dua lokasi mall saja sehingga penilaian tentang Maxx Coffee tidak menyeluruh.

5.3 Saran

Berdasarkan dari keterbatasan penelitian serta keseluruhan pembahasan, maka saran yang dapat diajukan peneliti adalah sebagai berikut:

5.3.1 Saran Akademis

Berdasarkan keterbatasan penelitian ini, diharapkan dapat:

1. Dapat menambahkan serta menguji lebih banyak variabel yang mempengaruhi keputusan dan loyalitas pelanggan.
2. Dapat meratakan usia dari responden agar hasil penelitian tidak hanya bersumber dari responden yang berusia 17-40 tahun saja.

5.3.2 Saran Praktis

Berdasarkan dari hasil penelitian, maka terdapat beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Manajemen Maxx Coffee di Surabaya:

1. Pada variabel *Lifestyle*, nilai rata-rata jawaban responden yang terendah adalah indikator “Saya ke Maxx Coffee untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup.” Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua pelanggan Maxx Coffee datang ke Maxx Coffee hanya untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup, melainkan mempunyai tujuan utama lainnya. Sehingga sebaiknya Max Coffee dapat membuat tempat yang nyaman mungkin.
2. Pada variabel *Price fairness*, nilai dari rata-rata jawaban responden yang terendah adalah indikator “Menurut Saya, harga Maxx Coffee memiliki daya saing yang kompeten”. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang dimiliki Maxx Coffee belum sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga ada pesaing Maxx Coffee yang lebih kompeten. Maka dari itu, Maxx Coffee perlu membuat harga yang lebih kompeten yang sebanding dengan produk dan fasilitas yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Firdaus dan Wasilah Abdullah, (2012). *Akuntansi Biaya Edisi 3*. Salemba Empat. Jakarta.
- Anderson, Fornel dan Lehmann, 1994: *Consumer Satisfaction, Market Share and Profitability Finding from Sweden*, New York, Journal of Marketing;
- D Nata Wijaya D Nata, Sunarti, dan Pangestuti Edriana. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Starbucks, Kota Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 55 No. 2
- Durianto, D., Sugiarto, dan Budiman, L.J., (2004). *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Durianto, Darmadi, et al., (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*, Nora Media Enterprise, Kudus, 2010, hlm. 123
- Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*, Nora Media Enterprise, Kudus, Cet. 1, 2010, hlm. 64-66.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*, Yogyakarta, Andi Offset.
- Fraenkel, Jack. R and Norman E. Wallen. (1990). *How to Design and Evaluate Research in Education USA*, San Fransisco State University.
- Githiri Margaret (2018). *An Examination of the Relationship between Perceived price Fairness on Customer Satisfaction and Loyalty in Kenyan Star-Rated Restaurants*. IJSRM Volume 06 Issue.
- Henry Assael. 1984, *Consumer Behavior and Marketing Action* hal 252
- Irawati Rusda dan Zulaicha Santri (2016). *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam*. Jurnal Inovasi dan Bisnis, Vol. 4, No. 2
- James F. Engel, et. al., 1994 *Perilaku Konsumen*, Binarupa Aksara, Jakarta, Jilid 1, hlm. 383.
- Jhon C. Mowen dan Michael Mino. *Perilaku Konsumen*, Erlangga, Jakarta, Jilid 1, 2002, hlm. 282.

- Kasali, Rhenald. (2007). *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran; Edisi Milenium*, Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lawson, F. (1973). *Restaurant Building Planning and Design*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Nugroho J. Setiadi, Op. cit., hlm. 78-79
- Nugroho J. Setiadi. *Perilaku Konsumen, Kencana*, Jakarta, 2010, hlm. 77-79.
- Nugroho J. Setiadi, Op. cit., hlm. 78-79
- Nurul Widyawati, “*Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Zakiyah Medan*”, Jurnal Ekitas, Vol. 12, 2008, hlm. 74-96.
- Pangestu Dwi dan Suryoko S. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang)*. Jurnal Administrasi Bisnis Volume 5 Nomor 1
- Rismiati, Suratno. 2001: 174p. *Gaya hidup*. Jakarta : Universitas Penetra
- Rachim Uthan A. (2015). Lippo Targetkan Buka 50 Gerai Maxx Coffee. Didapat dari <https://investor.id/archive/lippo-targetkan-buka-50-gerai-maxx-coffee> 14 Juni 2015, pukul 07:26 WIB
- Serkan Aydin, Gökhan Özer, Ömer Arasil, (2005) “*Customer Loyalty and The Effect Of Switching Costs As A Moderator Variable: A Case In The Turkish Mobile Phone Market*”, Marketing Intelligence & Planning, Vol. 23 Issue: 1, pp.89-103
- Silvya L Mande (2009), Jurnal, *Pengaruh Factor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Membeli Sepatu Di Kota Manado*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Susanto H. Andhika (2013). *The Influence Of Customer Purchase Decision On Customer Satisfaction And It's Impact To Customer Loyalty*. Jurnal Emba 1659 Vol.1 No.4.

- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Cetakan 3. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* Buku 2, Salemba Empat, Jakarta, 2001, hlm. 234.
- Umboh Oktavia Sisilia, Tumbel Djurwati, dan Soepeno Djurwati (2015). *Analisis Kualitas Produk, Brand Image Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Di Mississippi Manado Town Square*. Jurnal EMBA Vol.3 No. 1.
- Widyastuti, S. dan Said, M. (2017). *Consumer Consideration in Purchase Decision of SPECS Sports Shoes Product through Brand Image, Product Design and Price Perception*. *International Journal of Supply Chain Management*, 6(4). Desember, 199-207.
- Yamin, Sofyan dan Heri Kurniawan. (2009). *Struktural Equation Modeling: Belajar lebih mudah teknik analisis data kuisioner dengan lisrel - PLS*. Jakarta: Salemba Infotek.